

数字化决策



[数字化决策 下载链接1](#)

著者:[美]文卡·文卡查曼 (Venkat Venkatraman)

出版者:广东人民出版社

出版时间:2018-8

装帧:精装

isbn:9787218129105

你的企业是否已经为数字化未来做好准备？还是注定要失败？

《数字化决策》让你了解：为商业带来新气象的三种人，每个商业革新必经的三个转变阶段，以及确保公司成功的三个有利举措。

通过本书，你将有以下收获：

- 学会操控数字生态系统的世界；

- 找到与其他公司竞争与合作的方法，从而创造和捕捉商业利益；
- 知晓强大的机器如何增强公司的人力资源；
- 懂得以新观念重新组织团队，重新审视企业信条，以及重新制定公司章程。

在不久的将来，每个产业都将实现数字化，而这将比你想象的要来得快。你能否在一个更广阔的蓝图里找到自己的商业位置？你能否充分利用机会？本书研究了当代的众多案例，它给出的建议实用、具有现实意义、并建立在经验的基础上。本书将告诉你如何由外而内的重新审视自身企业，为即将开始的旅程重新组建团队，在数字化转型的三个阶段中大胆做出战略选择。

来吧，还在等什么！你对数字化技术的利用能力将决定你公司的未来。

作者介绍:

文卡·文卡查曼 (Venkat Venkatraman)

► 数字化战略研究领域奠基人

► 麻省理工学院斯隆管理学院及伦敦商学院任教背景

► 波士顿大学奎斯特罗姆商学院系主任

文卡·文卡查曼教学、研究以及咨询的主攻方向为“战略性管理和数字化技术之间的相互作用”；20世纪90年代，参与“管理学联合研究计划”。1994年发表在《麻省理工学院斯隆管理评论》的论文，至今仍是该刊被转载次数最多的论文之一；1999年发表在《IBM系统期刊》的“战略一致性模型”被认定为20世纪有关IT技术思考的关键理念或“拐点”之一。

文卡的研究对象包括法国欧莱雅集团、IBM、微软、英国电信、太古集团、英国石油公司、挪威国家石油公司、西尔斯加拿大公司、朗讯科技、通用汽车、默克公司、美国陆军、联邦快递、Visa欧洲、爱立信、尼尔森公司。

目录: 目录

序言 数字化生存 1

前言 数字型企业碾压工业时代企业 7

第一部分 数字化运作席卷全球商业

第1章 野蛮生长的数字化公司 2

非线性、指数化 VS 渐进式、系统性 3

迎接新兴时代的升维竞争 10

掌控“规模—范围—速度”是战略要求 16

第2章 数字化矩阵 18

透过数字化矩阵观察未来发展趋势 19

三类玩家 22

三个转型阶段 28

你在数字化矩阵中的位置 36

为什么数字化对传统工业企业至关重要 39

延伸阅读 百度布局人工智能生态系统 42

第二部分 数字化转型的三个阶段

第3章 边缘实验：探索智能解决方案 46

放眼世界，连点成线 47

企业家通过开展实验来启动和发展业务 48
传统企业从两方面观察实验 54
数字巨头企业增强跨行业影响力的实验 64
两个层面的反应：从观察到行动 68
第4章 核心冲突：适应新的商业环境 77
你是否做好了调整和转型的准备？ 78
如何拥抱数字技术并作出改变？ 86
两层级对策：共存，然后改变 92
第5章 根基重塑：商业逻辑的转变 101
再次发问：“你属于哪个行业？” 101
你的企业可以另辟蹊径地解决哪些问题？ 106
哪种商业模式适合进行重塑？ 109
在根基重塑的过程中如何紧跟时代趋势？ 117
综合反应：问题设计与问题解决同时发力 119
延伸阅读 中国平安：引领数字医疗领域创新 126
第三部分 落实三大制胜策略
第6章 制胜策略1：精心构建和参与各类生态系统 130
管理你在生态系统中的关系 131
明确你的最佳定位 143
你是否具备构建者的六大特质？ 151
三大步骤助你设计出第一个制胜策略 155
第7章 制胜策略2：合纵连横竞争对手及潜在盟友 160
重要的是何时开始合作和为什么合作 161
在生态系统内共同创建能力 170
如何设计你的制胜策略2 178
第8章 制胜策略3：利用强大的机器放大你的才能 184
利用强大的机器创造新价值和新能力 191
如何设计你的组织体系 204
三大制胜策略保驾数字化转型 209
延伸阅读 美的、格力、海尔的人机新时代 212
第四部分 你的数字化转型之路
第9章 数字化自适应之旅 216
为什么你的企业需要一种自适应的经营理念 216
高效适应的主要原则 227
第10章 你的规则矩阵 238
更进一步：从浅尝辄止到战略构建 239
设计适合你的企业的规则手册 241
马上行动！ 264
组建数字化领导力团队 267
使用规则矩阵的三个步骤 270
你必须担任领导角色 275
延伸阅读 用大数据撬起全新金融模式，万达如何做到？ 278
致谢 281
· · · · · (收起)

[数字化决策 下载链接1](#)

标签

数据

彭雷

互联网

评论

这本书算得上数字化第一书。数字化成为热点以后，数字化书籍也成为了一个热点，有关数字化的新书层出不穷。有的新瓶装旧酒，把信息化的产品、工具和方案包装一下，美其名曰数字化。有的剑走偏锋，发力数据分析，将数字化混同于数据化。有的追求实用，着眼于局部数字化的应用，以为数字化就是信息化的高级延伸。有的认识到了数字化其实是一次企业本身的革命，需要借助基因工程完成重生，但是空有理论，没有实践路径。

而这本书则大不相同，既能在理念上直上苍穹，高耸入云，也能在行动上入地三分。众多数字化理念及其统摄下的方法、思路都存在着一个重大的思维误区，带着强烈的企业中心主义气息，总是从企业自身角度看待企业数字化，误以为企业数字化只是企业自己的内部事务一样。（后文见书评正文）

一字之差，买错了书。而且是看了将近1/4才发现不是我要买的书。这书骗钱的，鉴定完毕。

作者想说明白如何用一套通用的方式，让企业能够判断当前的现状，是否已经被冲击，是否应该转型，如何转型。但是作者给的方法和思路明显是实验室思维，实际的企业想要变革，问题不仅仅在于是否意识到，或者是否行动，而是一整套利益生态的纠缠。并且有很多案例，明显属于负面案例，却被当成了正面。比如联想的转型。

[数字化决策_下载链接1](#)

书评

这本书算得上数字化第一书。数字化成为热点以后，数字化书籍也成为了一个热点，有

关数字化的新书层出不穷。有的新瓶装旧酒，把信息化的产品、工具和方案包装一下，美其名曰数字化。有的剑走偏锋，发力数据分析，将数字化混同于数据化。有的追求实用，着眼于局部数字化的应用， ...

[数字化决策_下载链接1](#)